

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN PELAYANAN  
DI BANK SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
BANK SYARIAH  
(Studi Kasus pada Bank Syariah Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syariah  
Sekolah Tinggi Ilmu Agama Alma Ata Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:  
**Yusi Septa Prasetia**  
**NIM 112200017**

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI ILMU AGAMA ALMA ATA  
YOGYAKARTA**

**2015**

## ABSTRAK

Yusi Septa Prasetya. 2015 “*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan di Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta)*”. Skripsi. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Agama Alma Ata.

Bank Syariah BDS merupakan salah satu lembaga yang berfungsi sebagai lembaga perantara (*Intermediary Institution*) keuangan, Bank Syariah BDS menyalurkan dana pihak ketiga kepada masyarakat. Diantaranya adalah pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah* dan *ijarah*. Adapun latar belakang dari penelitian ini adalah bahwa pengetahuan masyarakat tentang produk bank syariah dan pelayanan yang diberikan pada nasabah merupakan faktor yang dijadikan pertimbangan oleh masyarakat untuk mengajukan pembiayaan maupun dalam menyimpan dana masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengetahuan nasabah tentang produk bank syariah BDS dan pelayanan yang diberikan bank syariah mempengaruhi keputusan nasabah untuk menjadi nasabah bank syariah BDS.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reserch*) dengan metode pengumpulan data dokumentasi, karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari angket yang diisi langsung oleh nasabah Bank Syariah BDS. Jumlah sampel nasabah yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 135 nasabah Bank Syariah BDS yang diambil dengan metode *sampling insidental*, baik itu nasabah *funding* maupun nasabah *lending*. Yang kemudian dari data tersebut diolah dengan alat analisis regresi linier berganda yang pengujiannya menggunakan uji T dan uji F dengan bantuan *SPSS 17 for windows*.

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa pengetahuan produk bank syariah tidak berpengaruh dalam keputusan menjadi nasabah sedangkan pelayanan yang diberikan pihak bank mampu mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menjadi nasabah. Pada uji F menunjukkan bahwa variabel independen syariah berpengaruh signifikan, sedangkan pelayanan, terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen (pengetahuan produk dan pelayanan) terhadap keputusan menjadi nasabah. Adapun koefisien determinasi  $R^2 = 0,205$  yang berarti 20,5 % dari variasi variabel terikat (dependen) dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebasnya (independen), sedangkan 79,5 % lainnya dijelaskan oleh variasi variabel lain di luar penelitian ini.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perbankan syariah di Indonesia saat ini telah memasuki periode perkembangan yang ditandai dengan bank-bank syariah baru. Hal ini dimungkinkan dengan adanya landasan hukum yang jelas yaitu Undang-Undang No.10 tahun 1998 yang mengubah Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan serta peraturan-peraturan pelaksanaannya. Berdasarkan undang-undang perbankan yang baru, sistem perbankan di Indonesia terdiri dari bank umum konvensional dan bank umum syariah. Selain itu undang-undang yang baru ini memungkinkan pengembangan bank syariah melalui pendirian bank syariah yang baru, perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi bank syariah dan pelaksanaan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah oleh bank konvensional.<sup>1</sup>

Dalam menjalankan aktivitas intermediasi keuangannya, bank berhadapan dengan berbagai macam risiko mulai dari risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional, hingga risiko legal dan risiko reputasi. Karena itu bank harus dikelola secara sangat hati-hati, oleh manajemen yang bukan saja

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN: 2005), hlm. 147

profesional tetapi juga berintegritas tinggi. Sehingga keberadaan *corporate governance* (CG) menjadi sangat penting.<sup>2</sup>

*Corporate Governance* (GC) bisa diartikan sebagai tata kelola manajemen yang menyeluruh. *Corporate governance* digambarkan sebagai serangkaian hubungan antara manajemen, dewan direksi, *stakeholder*, dan pemegang saham dari perusahaan. *Corporate governance* menciptakan struktur yang membantu bank dalam menetapkan sasaran, menjalankan operasi setiap harinya, memperhatikan kepentingan *stakeholder* bank, memastikan bank beroperasi secara aman dan baik, mematuhi peraturan dan perundangan yang berlaku, dan menjaga kepentingan para deposan.<sup>3</sup> Sehingga akan menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada pihak bank dan meminimalisir risiko yang akan dihadapi pihak perbankan. Selain itu penerapan *good corporate governance* di dalam perbankan dapat berpengaruh terhadap kinerja perbankan, dikarenakan penerapan *corporate governance* ini dapat meningkatkan kinerja keuangan, mengurangi risiko akibat tindakan pengelolaan yang cenderung menguntungkan diri sendiri.<sup>4</sup>

Berbeda dengan perbankan yang belum menerapkan sistem manajemen yang baik dan menyeluruh atau rendahnya penerapan *good corporate governance*. Rendahnya kesadaran dalam menerapkan *good corporate*

---

<sup>2</sup>Mal An Abdullah, *Corporate Governance Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta, Ar-Ruzz Media: 2010), hlm. 12

<sup>3</sup>Amanita Novi Yushita “*Implementasi Risk Management Pada Industri Perbankan Nasional*” dalam *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. VI, No. 1 Tahun 2005, hlm. 83

<sup>4</sup>Irma Nurmalasari, “*Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perbankan Nasional*”, dalam skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang tahun 2010, hlm. 3

*governance* menyebabkan tingginya risiko berinvestasi di perbankan tersebut dan yang berdampak langsung dengan tingkat investasi. Rendahnya penerapan *good corporate governance* di perbankan juga menyebabkan hilangnya kepercayaan investor maupun kreditor untuk menyalurkan kredit, karena ketakutan kalangan perbankan akibat kredit macet akibat penyaluran kredit yang serampangan. Selain itu bank juga akan berhadapan dengan berbagai macam risiko yang lain mulai dari risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional, hingga risiko legal dan risiko reputasi.<sup>5</sup>

Untuk menarik nasabah dan memenangkan persaingan di dunia perbankan maka sebuah bank yang solid harus didukung dengan penerapan *good corporate governance* yang tinggi, diantaranya melalui strategi pelayanan, fasilitas pelayanan yang memadai dan produk yang bervariasi. Perusahaan yang berkembang atau paling tidak dapat bertahan hidup harus mampu memperhatikan dan mempertahankan nasabahnya dengan menyediakan produk yang lebih baik mutunya, lebih ekonomis harganya, lebih cepat penyerahannya, dan lebih baik pelayanannya dari pada pesaingnya, serta harus bisa menyesuaikan dengan kondisi lingkungan dan mampu memenuhi tuntutan nasabah sehingga nasabah mampu mengungkapkan keluhan-keluhan yang dirasakan dan dapat menjadi pedoman bagi instansi untuk mengambil

---

<sup>5</sup>Amanita Novi Yushita “*Implementasi Risk Management Pada Industri Perbankan Nasional*” dalam *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. VI, No. 1 Tahun 2008, hlm. 84

kebijakan-kebijakan yang diinginkan nasabah serta menjadikan instansi dapat mencapai keberhasilan.<sup>6</sup>

Penelitian dilakukan oleh Bank Indonesia berkerjasama dengan beberapa lembaga penelitian yang berusaha untuk memetakan potensi pengembangan bank syariah yang didasarkan pada analisis potensi ekonomi dan pola sikap preferensi dari pelaku ekonomi dan jasa bank syariah. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang bank syariah adalah (1) bank syariah identik dengan bank dengan sistem bagi hasil, (2) bank syariah adalah bank yang Islami. Namun berdasarkan survey yang dilakukan di wilayah Jawa Barat responden yang menyatakan bahwa bank syariah secara eksklusif hanya khusus untuk umat Islam. Selain itu juga terungkap bahwa pengetahuan masyarakat tentang sistem perbankan syariah relatif tinggi. Meskipun demikian pemahaman mengenai keunikan produk-produk jasa bank syariah secara umum masih rendah.<sup>7</sup>

Pengetahuan calon nasabah tentang produk bank syariah yang diantaranya meliputi jenis produk, spesifikasi produk, kegunaan produk, keuntungan jika menggunakan produk tersebut juga menjadi bahan pertimbangan calon nasabah untuk menjadi nasabah. Semakin bervariasi

---

<sup>6</sup>Suyanti, "*Strategi Pelayanan Nasabah Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Djoko Tingkir Kabupaten Sragen*", dalam *Tugas Akhir Program Diploma III Manajemen Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Suarakarta* 2010, hlm. 2

<sup>7</sup>Fenty Rismayanti, "*Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung*". Dalam *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Padjajaran tahun 2005*, hlm. 3

pilihan produk yang diberikan pihak bank semakin banyak memberikan pilihan bagi calon nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap calon nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain pengetahuan produk jasa bank syariah, calon nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan ditawarkan sehingga ia termotivasi untuk menggunakannya. Calon nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun nasabah dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya.<sup>8</sup> Oleh karena itu, variasi produk dan pelayanan merupakan satu kesatuan dalam manajemen pemasaran suatu perusahaan jasa. Semakin bervariasi produk bank syariah dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah semakin baik bank tersebut di mata nasabah.

Atas dasar latar belakang diatas, disini peneliti ingin meneliti tentang sejauh mana pengetahuan nasabah tentang produk yang ditawarkan bank syariah dan pelayanan yang diberikan bank syariah mampu mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Untuk itulah dalam hal ini peneliti memberikan judul pada penelitian ini adalah **“Pengaruh Pengetahuan**

---

<sup>8</sup>Ghozali Maski, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Longistik Study Pada Bank Syariah di Malang”, dalam *Journal Of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4 No. 1 Mei 2010, Hlm. 44

**Produk dan Pelayanan di Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta)”**

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi bahwa diasumsikan pemahaman nasabah tentang produk-produk bank syariah masih rendah. Sehingga menyebabkan banyak masyarakat yang memiliki persepsi yang kurang tepat mengenai operasi bank syariah. Akhirnya, keinginan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah masih berkurang. Karena anggapan produk jasa yang diberikan bank syariah dan bank konvensional tidak jauh berbeda. Selain pengetahuan yang kurang, penulis mengansumsikan bahwa pelayanan yang baik oleh bank syariah akan mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Karena dengan pelayanan dan fasilitas yang baik nasabah akan memperoleh kepuasan.

**C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian singkat latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengetahuan nasabah tentang produk bank syariah mempengaruhi dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah?



2. Apakah pelayanan yang diberikan bank syariah mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah dan latar belakan di atas, dalam penelitian ini bertujuan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Barokah Dana Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Barokah Dana Sejahtera.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini diantara adalah sebagai berikut :

##### **1. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak manajemen bank syariah untuk mengetahui tanggapan nasabah tentang perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu, untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi bank syariah dalam mengevaluasi atau memperbaiki kinerjanya guna memperluas pengetahuan masyarakat dan

meningkatkan mutu pelayanan sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen.

## 2. Kegunaan Akademis

Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang perilaku konsumen mengenai pengetahuan konsumen terkait dengan pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ali, Zainudin, 2008, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta, Sinar Grafika
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, 2009, *Manajemen Bank Syariah*, Bandung, Penerbit Alfabeta
- Al arif , M. Nur rianto, 2009, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Penerbit Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta
- Dharmmesta, Bayu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran Analisa Prilaku Konsumen*, Yogyakarta, BPFE-Yogyakarta
- Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, cetakan IV, Semarang: Undip
- Husein, Umar, 2005, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Machfoedz, Ircham, 2010, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Bidang Kesehatan, Keperawatan, Kebidanan, Kedokteran*, Yogyakarta, Penerbit Fitramaya
- Kasmir, 2005, *Etika Customer Service*, Jakarta, Rajawali Press
- Kasmir, 2003, *Manajemen Perbankan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persad, Ed ke 1, cet. ke 4
- Mal An Abdullah, 2010, *Corporate Governance Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta, Ar-Ruzz Media
- Muhammad, 2005, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta, UII Press
- Mowen, John dan Michael Minor Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Erlangga
- Parasuraman, A. Valerie, (Diterjemahkan oleh Sutanto), 2001, “*Delivering Quality Service*”, New York, The Free Press
- Purwoto, Agus, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensia*, Jakarta: PT. Grasindo

Sugiarto, Endar, 2002, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, CV. Alfabeta

Sugiarto, 2001, *Teknik Sampling*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama

Supardi, 2005, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta

### **Jurnal dan karya tulis ilmiah**

Maski, Ghazali, 2010, “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Longistik Study Pada Bank Syariah di Malang*”, dalam *Journal Of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4 No. 1

Nurmalasari, Irma, 2010, “*Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perbankan Nasional*”, dalam skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang

Rajab, Badi’u, 2008, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syariah*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Rismayanti, Fenty, 2005, “*Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung*”. Dalam Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Padjajaran

Suyanti, 2010, “*Strategi Pelayanan Nasabah Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Djoo Tingkir Kabupaten Sragen*”, dalam Tugas Akhir Program Diploma III Manajemen Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Suarakarta

Wigayati, Sri, 2011, “*Perilaku Konsumen Dalam Persepektif Islam*” dalam *Maliyah: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 01, No. 01

Yushita, Amanita Novi, 2005, “*Implementasi Risk Management Pada Industri Perbankan Nasional*” dalam *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. VI, No. 1